



"The Role of Social Media in Disseminating Organizational Culture among Employees in Youth and Sports Directorates in the Arab Republic of Egypt"

Abstract:

This study aimed to identify the role of social media in promoting organizational culture among employees in the Youth and Sports Directorates in the Arab Republic of Egypt. Specifically, it examined the impact of using these platforms, the level of digital interaction, and their role in improving internal communication channels and transmitting organizational values.

Research Question:

The main research question was: What is the role of social media in promoting organizational culture among employees in the Youth and Sports Directorates in the Arab Republic of Egypt?

Sub-questions:

- What is the impact of social media use on promoting organizational culture among employees?
- What is the nature of the relationship between the degree of interaction on social media and employees' perception of the dimensions of organizational culture?
- What is the effect of using social media on improving internal communication channels and transferring organizational values among employees?

Population:

Employees of the Youth and Sports Directorates in several governorates across the Arab Republic of Egypt, distributed across seven geographical regions representing different parts of the country.

Sample:

A total of 302 participants out of a population of 470.

Data Collection Tool:

A questionnaire consisting of two parts: demographic data and the study axes.

Key Findings:

The study demonstrated that the use of social media in the Youth and Sports Directorates is a strategic and influential factor in promoting organizational culture. It is no longer an optional tool but a contemporary administrative necessity. The findings also highlighted the need for specialized professional management to monitor digital presence, ensure its sustainability, and assess its impact on organizational culture.



Recommendations:

The study recommends adopting a clear, long-term institutional strategy for using social media as a primary tool for reinforcing organizational culture and linking it to institutional objectives. It also recommends establishing specialized units or teams for managing digital communication, equipped with periodic measurement tools to evaluate performance and continuously improve strategies.

Keywords: Social Media – Organizational Culture – Youth and Sports Directorates – Egypt.



"دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة التنظيمية للعاملين في مديريات الشباب والرياضة في جمهورية مصر العربية"

الملخص :

هدف الدراسة إلى:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة التنظيمية للعاملين في مديريات الشباب والرياضة بجمهورية مصر العربية، وذلك من خلال التعرف أثر استخدام هذه المواقع، ومستوى التفاعل الرقمي، ودورها في تحسين قنوات الاتصال الداخلي ونقل القيم التنظيمية.

تساؤلات الدراسة:

السؤال الرئيسي للدراسة:

ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة التنظيمية بين العاملين في مديريات الشباب والرياضة في جمهورية مصر العربية؟
الأسئلة الفرعية:

- ما أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة التنظيمية للعاملين في مديريات الشباب والرياضة في جمهورية مصر العربية؟
- ما طبيعة العلاقة بين درجة التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى إدراك العاملين لأبعاد الثقافة التنظيمية في مديريات الشباب والرياضة في جمهورية مصر العربية؟
- ما أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين قنوات الاتصال الداخلي ونقل القيم التنظيمية بين العاملين في مديريات الشباب والرياضة في جمهورية مصر العربية؟

مجتمع البحث:

العاملين في مديريات الشباب والرياضة في عدد من محافظات جمهورية مصر العربية، موزعين على سبعة أقاليم جغرافية تمثل مختلف أنحاء الجمهورية
عينة البحث:

٣٠٢ مفردة من إجمالي ٤٧٠ مفردة من إجمالي حجم المجتمع.



أدوات جمع البيانات:

استبانة مكونة من جزئين تمثل الجزء الاول في البيانات الديموغرافية للعينة والجزء الثاني في محاور الاستبانة.

وكانت من اهم النتائج:

أثبتت الدراسة أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مديريات الشباب والرياضة يمثل عنصراً استراتيجياً مؤثراً في نشر الثقافة التنظيمية، بحيث لم يعد استخدامها خياراً ثانوياً بل أصبح ضرورة إدارية معاصرة. كما أثبتت وجود ضرورة لإدارة مهنية متخصصة لمتابعة الحضور الرقمي وضمان استمراريته وتقييم أثره على الثقافة التنظيمية.

التوصيات:

تبنى استراتيجية مؤسسية واضحة وطويلة المدى لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة أساسية لترسيخ الثقافة التنظيمية وربطها بالأهداف المؤسسية. كما أوصت إنشاء وحدات أو فرق عمل مختصة بإدارة الاتصال الرقمي، مزودة بأدوات قياس دورية لتقييم الأداء وتحسين الاستراتيجيات بشكل مستمر.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي - الثقافة التنظيمية - مديريات الشباب والرياضة - مصر.



"دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة التنظيمية للعاملين في مديريات

الشباب والرياضة في جمهورية مصر العربية"

د / ممدوح علي الفقي

المقدمة ومشكلة البحث:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز الابتكارات التقنية التي أحدثت تحولاً جذرياً في أنماط الاتصال والتفاعل البشري على مستوى العالم، إذ لم تعد هذه المنصات مجرد أدوات ترفيهية أو قنوات للتواصل الشخصي، بل أصبحت فضاءً رقمياً متعدد الوظائف يلعب أدواراً حيوية في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتنظيمية (٣٦٧:١٤) (٣٢:١٢) (٢١:٨) فالتطور السريع لهذه المواقع، مثل فيسبوك، وتويتر (إكس)، وإنستغرام، ولينكد إن، منح المؤسسات إمكانيات غير مسبوقة في إدارة المعرفة، والتسويق، والتواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي على حد سواء (٢١١:٨) (١٢:١٠).

وقد أسهم هذا التحول الرقمي في إعادة تشكيل بيئات العمل وتطوير أساليب الإدارة بما يتناسب مع متطلبات العصر الرقمي (٥٧٠:٩) (٦٠:١٣).

وفي السياق التنظيمي، برزت مواقع التواصل الاجتماعي كأدوات استراتيجية لتحسين العمليات الداخلية للمؤسسات، من خلال تسريع الوصول إلى المعرفة التنظيمية والخبرات المتراكمة، وتسهيل التعاون بين الزملاء، وخفض تكاليف الاتصال الداخلي، وتحسين عمليات التدريب واستقطاب الموظفين الجدد (٢١١:٨) (٥٨٣:٩).

كما تتيح هذه المنصات بيئة مرنة لتبادل الأفكار والمعلومات، ما يخلق حالة من الانفتاح والتواصل الفعال بين مختلف المستويات الإدارية، وهو ما يعزز من ديناميكية العمل ويزيد من قدرته على التكيف مع التغيرات (٢٧:١١) (٩٠:١٤).

أما على مستوى التفاعل مع العملاء والجمهور الخارجي، فقد ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي المؤسسات على تعزيز العلامة التجارية وبناء ولاء أقوى لدى المستهلكين، وتحقيق تسويق أكثر دقة من خلال تحليل بيانات العملاء وفهم اهتماماتهم (٢٠٧:٨) (١١:١٢).

كما أفسحت المجال أمام العملاء للمشاركة في تطوير المنتجات والخدمات عبر آليات الاقتراح والتصويت، ما يعزز من جودة المخرجات النهائية ويزيد من رضا المستفيدين (٢٠٥:٨).

* * دكتوراه الفلسفة في التربية الرياضية وكبير معلمين تربيته رياضية بإدارة الساحل التعليمية محافظة القاهرة



هذا التكامل بين الوظائف الداخلية والخارجية لمواقع التواصل الاجتماعي جعلها عنصراً محورياً في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة للمؤسسات (٥٨٠:٩) (٦٤٠:١٥).
في المقابل، يمثل مفهوم الثقافة التنظيمية أحد المرتكزات الأساسية في نجاح المؤسسات، إذ تعكس هذه الثقافة منظومة القيم والمعتقدات والمعايير والسلوكيات السائدة داخل بيئة العمل، والتي تشكل الإطار الذي يوجه تصرفات العاملين ويؤثر في تفاعلهم وأدائهم (٥٧٩:٩) (٣٣:١١).

فالثقافة التنظيمية القوية تسهم في تعزيز الانتماء والالتزام، وتحفز الإبداع، وتدعم عملية اتخاذ القرار، وتحدد طبيعة العلاقات بين الأفراد والإدارة (٥٧٩:٩).
وهي بمثابة "العقد الاجتماعي" غير المكتوب الذي ينظم الحياة داخل المؤسسة (١٨:١١).

إن العلاقة بين الثقافة التنظيمية ونجاح المؤسسات أصبحت محل اهتمام متزايد في الدراسات الإدارية، حيث أظهرت الأبحاث أن المؤسسات التي تمتلك ثقافة تنظيمية متماسكة قادرة على التكيف بشكل أفضل مع بيئات العمل المتغيرة، وتحقيق مستويات أعلى من الأداء والرضا الوظيفي (٥٨٩:٩, ٢٩:١١). ولأن الثقافة التنظيمية بطبيعتها تراكمية، فإن نقلها وتطويرها يتطلب أدوات فعالة قادرة على اختراق الحواجز التقليدية وتسهيل التواصل بين جميع أفراد المنظمة (٢٠٦:٨) (٣٧٠:١٤).

هنا تبرز مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة فاعلة لنشر وترسيخ الثقافة التنظيمية بين العاملين، إذ تسمح بخلق منصات داخلية وخارجية لتبادل القيم والرؤى، ومشاركة قصص النجاح، وتوضيح السياسات والإجراءات بشكل أكثر جاذبية وتفاعلية (٢٠٨:٨) (٥٩٠:٩) (٣٨١:١٤).
كما يمكن لهذه المنصات أن تعزز من الشفافية والمشاركة، حيث يشعر العاملون بأنهم جزء من عملية البناء الثقافي للمؤسسة، ما يزيد من التزامهم بأهدافها ورسالتها (٢١٧:٨) (٦٤٠:١٥).

وتتجلى أهمية هذا الدور بشكل خاص في المؤسسات الخدمية التي تعتمد على رأس المال البشري كأصل استراتيجي، مثل مديريات الشباب والرياضة، حيث يعدّ العنصر البشري المحرك الأساسي لبرامج وخدمات هذه المؤسسات (١٢:١٠) (٦٤١:١٥). فالعمل في هذا القطاع يتطلب درجة عالية من التعاون والابتكار، فضلاً عن الالتزام بالقيم المؤسسية التي تعكس طبيعة الرسالة المجتمعية التي تؤدّيها. ومن هنا فإن نشر ثقافة تنظيمية موحدة بين العاملين يمثل تحدياً وفرصة في الوقت نفسه. (٥٧٧:٩) (٧٣:١٦).



تلعب مديريات الشباب والرياضة دوراً محورياً في تنفيذ السياسات العامة للدولة في مجالي الرياضة والشباب، عبر تقديم برامج تنموية ورياضية وثقافية تستهدف فئات واسعة من المجتمع. (٧٥:١٦)

ويعمل بهذه المديريات كوادر متنوعة الخلفيات والتخصصات، ما يجعل من الضروري وجود ثقافة تنظيمية واضحة ومشاركة لضمان انسجام الجهود وتحقيق الأهداف الاستراتيجية. (٧٩:١٦) (٥٨٣:٩)

ومع الانتشار الواسع لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين العاملين، فإن هذه المنصات يمكن أن تصبح أداة فعالة لترسيخ تلك الثقافة وتطويرها (٧٧:١٦) (٢١٧:٨). إن دمج مواقع التواصل الاجتماعي في إستراتيجيات نشر الثقافة التنظيمية بمديريات الشباب والرياضة في مصر يمكن أن يسهم في تسريع عملية نقل القيم والرؤى المشتركة، وتحفيز التفاعل الإيجابي بين العاملين، وإتاحة قنوات للتغذية الراجعة، فضلاً عن دعم الابتكار في تقديم الخدمات (٧٢:١٦) (٥٨٠:٩) (٢٢٠:٨).

ومن خلال الاستخدام الواعي والمنظم لهذه الأدوات، يمكن للمؤسسات تحقيق مستوى أعلى من التماسك التنظيمي والتميز المؤسسي. (٦٠٠:٩) (٣٧١:١٤) (٧٩:١٦) وفي ضوء ما سبق، فإن مديريات الشباب والرياضة في جمهورية مصر العربية، باعتبارها جهات تنفيذية مسؤولة عن إدارة وتطوير الأنشطة الشبابية والرياضية، تواجه تحديات متعددة في مجال تطوير ثقافتها التنظيمية، لا سيما في ظل التحولات الرقمية المتسارعة. (٨١:١٦)

ومن هنا، برزت الحاجة إلى استثمار مواقع التواصل الاجتماعي كأداة استراتيجية لتعزيز قيم المؤسسة ونشر معاييرها السلوكية بين العاملين، بما ينعكس إيجاباً على جودة الأداء المؤسسي. (٨١:١٦) (٣٦٧:١٤) (٦٠١:٩) (٢٣٠:٨).

ومن خلال عمل الباحث واحتكاكه المباشر بالمديريات المختلفة للشباب والرياضة في إطار مهامه الوظيفية والميدانية، لاحظ وجود تفاوت واضح في مدى إدراك العاملين لأبعاد الثقافة التنظيمية، وضعف في آليات نشرها وتوضيحها، رغم توفر إمكانات تقنية واتصالية حديثة. كما لمس الباحث أن هناك فرصاً غير مستغلة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لترسيخ هذه الثقافة وتعزيز الانتماء المؤسسي.

من هذا المنطلق، تأتي أهمية الدراسة الحالية التي تسعى إلى استكشاف دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة التنظيمية للعاملين في مديريات الشباب والرياضة بجمهورية



مصر العربية، من خلال تحليل أبعاد كل من المتغيرين، وفهم طبيعة العلاقة بينهما، وتحديد مدى إسهام هذه العلاقة في تحسين أداء هذه المديرية وتعزيز قدرتها على تحقيق أهدافها التنموية والمجتمعية.

هدف البحث:

- يهدف هذا البحث إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة التنظيمية بين العاملين في مديريات الشباب والرياضة بجمهورية مصر العربية، من خلال:
- تحليل واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مديريات الشباب والرياضة بجمهورية مصر العربية، والتعرف على المنصات الأكثر شيوعاً بين العاملين.
 - دراسة أبعاد الثقافة التنظيمية السائدة في مديريات الشباب والرياضة، وتحديد القيم والمبادئ والسلوكيات التي تشكل أساس هذه الثقافة.
 - استكشاف العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى نشر الثقافة التنظيمية بين العاملين، وقياس مدى تأثير خصائص هذه المواقع على انتشار الثقافة التنظيمية.
 - تحديد دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الانتماء المؤسسي وتوطيد الروابط المهنية بين العاملين.
 - التعرف على أثر منصات التواصل الاجتماعي في تحسين قنوات الاتصال الداخلي بين القيادات والعاملين، وفي تسريع نقل المعلومات والتعليمات.
 - اقتراح سبل وآليات عملية لتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي بشكل فعال في دعم الثقافة التنظيمية وتحقيق التكامل بين الوسائل الرقمية والتقليدية في الاتصال المؤسسي.

تساؤلات البحث:

السؤال الرئيسي:

ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة التنظيمية بين العاملين في مديريات الشباب والرياضة في جمهورية مصر العربية؟
الأسئلة الفرعية:

- ما أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة التنظيمية للعاملين في مديريات الشباب والرياضة في جمهورية مصر العربية؟
- ما طبيعة العلاقة بين درجة التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى إدراك العاملين لأبعاد الثقافة التنظيمية في مديريات الشباب والرياضة في جمهورية مصر العربية؟



- ما أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين قنوات الاتصال الداخلي ونقل القيم التنظيمية بين العاملين في مديريات الشباب والرياضة في جمهورية مصر العربية؟

مصطلحات البحث:

مواقع التواصل الاجتماعي

هي منصات إلكترونية تعتمد على تقنيات الويب وتطبيقات الهواتف الذكية، تتيح للمستخدمين إنشاء المحتوى الرقمي ومشاركته مع الآخرين، والتفاعل معهم من خلال التعليقات، الإعجابات، الرسائل، والمناقشات، بما يحقق التواصل الاجتماعي في بيئة افتراضية (١٣:١٠).
الثقافة التنظيمية

هي الإطار الفكري والقيمي الذي يميز منظمة معينة، ويعكس المعتقدات، الاتجاهات، القيم، والأنماط السلوكية السائدة بين أعضائها، بما يحدد طريقة عملهم وتفاعلهم مع بيئة العمل الداخلية والخارجية (٢١٣:٨).

الدراسات المرجعية:

دراسة (Al-Hamami naser ahmed & Baqutayan salahsaid, 2013) (١)

هدفت هذه الدراسة إلى فحص أثر شبكات التواصل الاجتماعي على ثقافة بيئة العمل، من خلال قياس تأثيرها على سلوك الموظفين، ورضاهم الوظيفي، وأدائهم المهني. استخدم الباحثان عينة مكونة من ٨١ موظفاً ومديراً من منظمات مختلفة حول العالم، وتم تحليل بياناتهم لمعرفة كيفية مساهمة شبكات التواصل في تحسين الاتصال والتعاون داخل بيئة العمل. تشير النتائج إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تمثل أداة فعالة في بناء العلاقات، وتسهيل تبادل المعرفة، وتقليل الفجوة الثقافية داخل المؤسسات، مما يعزز الإنتاجية ويساعد في الحفاظ على سمعة الشركات. كما أبرزت الدراسة أن الاستخدام الاستراتيجي لهذه الشبكات يساهم في رفع مستويات الرضا الوظيفي، وتحسين أداء الموظفين، ومنحهم المزيد من الثقة وطرق عمل أكثر كفاءة. خلصت الدراسة إلى أن تبني شبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن يكون عنصراً حاسماً في تطوير الثقافة التنظيمية وزيادة القدرة التنافسية للمؤسسات، شريطة أن يتم استخدامها بشكل منظم ومتوافق مع أهداف المنظمة.

دراسة (نهي سليمان القليوبوي وآخرون، ٢٠٢٣) (٢) تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف أثر الثقافة التنظيمية على أداء العاملين بمديرية الشباب والرياضة بمحافظة الغربية. استخدم الباحثون المنهج الوصفي لملاءمته لطبيعة الموضوع، واشتمل مجتمع البحث على ٤٧٠ فرداً من القادة



والكوادر والعاملين بالإدارة المركزية للمديرية. تم اختيار عينة عمدية قوامها ٢٧٠ فرداً، منهم ٤٠ للتحقق من الصدق والثبات، و ٣٠ للدراسة الاستطلاعية، و ٢٠٠ لتطبيق الاستبيان محل الدراسة، أي بنسبة ٥٧.٤٤٪ من مجتمع البحث. اعتمدت أدوات البحث على استمارة استبيان للثقافة التنظيمية وأخرى للأداء الوظيفي من تصميم الباحثين. أظهرت النتائج أن توافر عناصر الثقافة التنظيمية على نحو متكامل يسهم بشكل مباشر في تحسين ورفع مستوى الأداء لدى العاملين بالمديرية.

دراسة (رأفت محمد العيسى، ٢٠٢٢) (٣) هدفت هذه الدراسة إلى استقصاء آراء المدربين الرياضيين حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني، حيث شملت عينة البحث (٣٢٨) مدرباً ومدربة من العاملين في الأندية الرياضية (Gyms) بمدينة عمان، تم اختيارهم بطريقة العشوائية البسيطة. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي مستخدمة أداة الاستبانة التي وزعت إلكترونياً، وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) مع التحقق من ثبات الأداة بواسطة معامل كرونباخ ألفا. أظهرت النتائج أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثيراً كبيراً في نشر الثقافة الرياضية، حيث كان الفيسبوك، الإنستغرام، واليوتيوب أكثر المنصات استخداماً من قبل المدربين في تشجيع الشباب على ممارسة الرياضة، وتصحيح المفاهيم الخاطئة حول بعض التمارين، وتوضيح أساليب اللعب الصحيحة داخل النادي الرياضي. كما تبين أن الشباب اكتسبوا وعياً متوسطاً بأهمية الرياضة في حياتهم، ومعرفة جيدة بطريقة اللعب في الأندية. وأوصت الدراسة بضرورة قيام الأندية الرياضية بفعاليات تثقيفية لزيادة معرفة الشباب بالأخطاء الشائعة وطرق اللعب الصحيحة، إلى جانب دعوة وسائل الإعلام لإعداد برامج رياضية حوارية تثقيفية تسلط الضوء على أهمية الرياضة كأسلوب حياة صحي لما لها من فوائد متعددة على صحة الإنسان.

دراسة (اسلام محمد الوكيل، ٢٠٢٣) (٤) تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر وسائل التواصل الاجتماعي على الفعالية التنظيمية للمؤسسات العامة، من خلال دراسة تطبيقية على وزارة الاتصالات المصرية، وذلك في ظل رؤية مصر ٢٠٣٠ التي تسعى لتعزيز الكفاءة المؤسسية وتحقيق التنمية المستدامة. اعتمدت الباحثة على تحليل دور مضمون وسائل التواصل في تحسين الأداء التنظيمي والتشغيلي للوزارة، وتعزيز تواصلها مع الجمهور وأصحاب المصلحة، بما يسهم في تحقيق أهدافها. أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط وتأثير معنوي بين مضمون وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى الفعالية التنظيمية، حيث يفسر المضمون نسبة ٦١٪ من التغير في الفعالية التنظيمية. كما تبين أن التنوع في المنصات والمحتوى يزيد من



الانتشار ويحسن الصورة الذهنية لدى الجمهور، ويعزز التفاعل الإيجابي مع خدمات الوزارة. أوصت الدراسة بتفعيل وتنوع حضور الوزارة على منصات التواصل، وإنشاء إدارة متخصصة لإدارة هذه الوسائل، وصياغة خطط استراتيجية لتوظيفها، إضافة إلى تطوير الكوادر البشرية ووضع ضوابط للمحتوى بما يخدم الأهداف التنظيمية.

دراسة (احسان حسني أحمد، ٢٠١٨) (٥) تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى طالبات المدارس الثانوية بمحافظة المنيا. اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي بأسلوب المسح لملاءمته لطبيعة الموضوع، وشمل مجتمع البحث طالبات المرحلة الثانوية في تسع إدارات تعليمية بالمحافظة، موزعات على ١٠٢ مدرسة، وبلغ إجمالي أفراد المجتمع ٣٠٨ طالبة تمثل العينة الكلية للدراسة. تم جمع البيانات باستخدام استبيان معد لهذا الغرض، تضمن محاور تتعلق بدرجة استخدام الطالبات لمواقع التواصل الاجتماعي، ونوعية المحتوى الرياضي الذي يتابعنه، ومدى تأثير هذه المواقع على وعيهن بالسلوكيات والمعلومات الرياضية. أظهرت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم بشكل ملحوظ في نشر الثقافة الرياضية بين الطالبات، من خلال تعزيز المعرفة بالمجالات الرياضية المختلفة، وتشجيعهن على ممارسة النشاط البدني، وزيادة اهتمامهن بالأحداث الرياضية المحلية والعالمية. وأوصت الباحثة بضرورة استثمار هذه المنصات في حملات توعوية وبرامج تثقيفية رياضية تستهدف فئة الطالبات، مع التأكيد على انتقاء المحتوى الموثوق والهادف.

دراسة (محمد سعيد حامد، ٢٠٢٢) (٧) سعت هذه الدراسة إلى استكشاف دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بالخدمات الرقمية التي تقدمها المؤسسات الحكومية لدى الجمهور المصري. اعتمدت الباحثة على منهج المسح الإعلامي بشقيه الكمي والكيفي، مستندة إلى "نموذج رولر"، حيث شملت العينة ٤٠٤ مفردات من الجمهور المصري تم اختيارهم بطريقة العينة المتاحة. كما أجرت تحليلاً نوعياً لصفحة "منصة مصر الرقمية" بهدف تقييم المحتوى الاتصالي. أظهرت النتائج أن منصة فيسبوك تصدر مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدام والحصول على المعلومات، خاصة لدى فئة الشباب. كما تبين وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاستراتيجيات الاتصالية التي تستخدمها الصفحات الرسمية لنشر الخدمات الرقمية وبين تقييم الجمهور لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بالخدمات الرقمية.



التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاتفاق والاختلاف مع الدراسة الحالية أولاً: أوجه الاتفاق

تتفق الدراسة الحالية مع دراسة (Al-Hamami naser ahmed & Baqutayan, 2013) في أن شبكات التواصل الاجتماعي تمثل أداة استراتيجية فعالة لتعزيز الاتصال والتعاون ونقل القيم الثقافية داخل بيئة العمل، وأن الاستخدام المنظم لتلك الوسائل يساهم في رفع الإنتاجية وتحسين الأداء الوظيفي. كما تتفق مع دراسة (نهي سليمان لقليبي وآخرون، ٢٠٢٣) في التأكيد على أن الثقافة التنظيمية عامل أساسي في تحسين أداء العاملين، وأن وجود بيئة تنظيمية متماسكة يساهم في تحقيق نتائج إيجابية على مستوى الكفاءة الفردية والجماعية، مع فارق أن الدراسة الحالية تركز على دور وسائل التواصل الاجتماعي كأداة لنشر هذه الثقافة، بينما ركزت الدراسة السابقة على الثقافة ذاتها كمؤثر مباشر في الأداء.

أيضاً تتفق مع دراسة (رأفت محمد العيسى، ٢٠٢٢) و(احسان حسني أحمد، ٢٠١٨) في أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً مهماً في نشر الوعي الثقافي (سواء كان رياضياً أو تنظيمياً)، وأن المنصات الأكثر شيوعاً مثل فيسبوك وإنستغرام ويوتيوب تشكل قنوات فعالة لنشر المعرفة، وتصحيح المفاهيم الخاطئة، وتعزيز الممارسات الإيجابية لدى الفئات المستهدفة. كما تتفق مع دراسة (اسلام محمد الوكيل، ٢٠٢٣) و(محمد سعيد حامد، ٢٠٢٢) في أن وسائل التواصل الاجتماعي تعزز الفعالية التنظيمية وتحسن الصورة الذهنية، وأن تنوع المحتوى والمنصات يزيد من نطاق التأثير، وهو ما يتوافق مع نتائج الدراسة الحالية التي أكدت على أهمية توظيف هذه الوسائل بشكل استراتيجي في تحسين الاتصال الداخلي ونقل القيم التنظيمية. ثانياً: أوجه الاختلاف

تتميز الدراسة الحالية عن دراسة (Al-Hamami naser ahmed & Baqutayan, 2013) بأنها تطبق على قطاع حكومي محدد في جمهورية مصر العربية (مديريات الشباب والرياضة)، مما يمنحها بعداً سياقياً وخصوصية في النتائج، بينما اعتمدت الدراسة السابقة على عينة دولية من منظمات متعددة. كما تختلف عن دراسة (نهي سليمان لقليبي وآخرون، ٢٠٢٣) في أن الأخيرة لم تتناول وسائل التواصل الاجتماعي كمتغير مستقل، بينما الدراسة الحالية تجعلها محورياً أساسياً لبحث أثرها على الثقافة التنظيمية. أيضاً تختلف عن دراسة (رأفت محمد العيسى، ٢٠٢٢) و(احسان حسني أحمد، ٢٠١٨) في طبيعة المجال المستهدف؛ حيث ركزت تلك الدراسات على الثقافة الرياضية، بينما الدراسة الحالية تتناول الثقافة التنظيمية في بيئة العمل المؤسسي، مع ذلك هناك تقاطع في آلية التأثير عبر المنصات



الاجتماعية. كما تختلف عن دراسة (اسلام محمد الوكيل، ٢٠٢٣) و(محمد سعيد حامد، ٢٠٢٢) في نطاق التحليل؛ إذ ركزت تلك الدراسات على فعالية المؤسسات العامة أو نشر الوعي بالخدمات الرقمية، في حين أن الدراسة الحالية تربط هذه الفعالية مباشرة ببعد الثقافة التنظيمية بين العاملين داخل المؤسسات الحكومية الرياضية.

ثالثاً: القيمة المضافة للدراسة الحالية

- توفر الدراسة الحالية دمجاً فريداً بين أبعاد مترابطة: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ، ونشر الثقافة التنظيمية، مما يمنحها شمولية في تحليل العلاقة بين التكنولوجيا والسلوك التنظيمي.
- تقدم إطاراً تطبيقياً خاصاً بمديريات الشباب والرياضة في مصر، وهي بيئة لم تحظَ بدراسات موسعة في هذا المجال، ما يجعل نتائجها مرجعاً مهماً لوضعي السياسات وصناع القرار في القطاع الرياضي الحكومي.
- تربط بين النتائج الميدانية والتحليل المقارن للدراسات السابقة، مما يثري النقاش ويعزز موثوقية الاستنتاجات.

خطة واجراءات البحث:

منهج البحث:

اعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره الأنسب لطبيعة المشكلة قيد البحث (٦).

مجتمع البحث:

يتكون مجتمع البحث من العاملين في مديريات الشباب والرياضة في عدد من محافظات جمهورية مصر العربية، موزعين على سبعة أقاليم جغرافية تمثل مختلف أنحاء الجمهورية. وقد شمل المجتمع أفراداً من مختلف المستويات الإدارية، بما في ذلك وكلاء الوزارة، وكلاء المديريات للرياضة والشباب، مديري الإدارات المركزية والفرعية، والأخصائيين الرياضيين بديوان عام المديرية.

وقد تم اختيار هذه المديريات لتمثل توازناً جغرافياً وإدارياً مناسباً، بما يعكس التفاوت في الإمكانيات والموارد والاحتياجات الإدارية، مما يسهم في تحقيق شمولية وموضوعية أكبر في تحليل نتائج البحث. وتفصيل المجتمع كما يلي:



الإقليم	المحافظة	وكيل الوزارة مدير المديرية	وكيل المديرية للرياضة	وكيل المديرية للشباب	مديري الإدارات المركزية	مديري الإدارات الفرعية	الأخصائيون الرياضيون بديوان عام المديرية	مجتمع البحث
شمال الصعيد	المنيا	١	١	١	١١	٩	٢٥	٤٨
وسط الصعيد	أسيوط	١	١	١	١١	١١	٥٦	٨١
جنوب الصعيد	أسوان	١	١	١	١٠	١٠	٤٤	٦٧
القاهرة الكبرى	الجيزة	١	١	١	١٣	١٩	٩٥	١٣٠
إقليم الإسكندرية	مطروح	١	١	١	١٠	٨	٨	٢٩
إقليم الدلتا	المنوفية	١	١	١	١١	١٠	٣٨	٦٢
إقليم القناة	الإسماعيلية	١	١	١	١٠	٧	٢٣	٥٣
المجموع	7 مديريات	٧	٧	٧	٧٦	٧٤	٢٩٩	٤٧٠

وبذلك، يبلغ الحجم الإجمالي لمجتمع البحث ٤٧٠ فرداً يمثلون مختلف المستويات الوظيفية في سبع مديريات تم اختيارها من سبعة أقاليم مختلفة. وقد تم اعتماد هذا التنوع الإقليمي والإداري لضمان تمثيل مختلف ظروف وإمكانات مديريات الشباب والرياضة على مستوى الجمهورية.

عينة البحث:

اعتمدت هذه الدراسة على العينة العشوائية البسيطة (Simple Random Sample) لاختيار مفردات العينة من مجتمع البحث البالغ عدده (٤٧٠) فرداً من العاملين في سبع مديريات للشباب والرياضة موزعة جغرافياً على مختلف أقاليم جمهورية مصر العربية. وقد تم تحديد حجم العينة باستخدام معادلة ستيفن ك. تومبسون (Steven K. Thompson)، التي تُستخدم لحساب حجم العينة من مجتمع محدود (٦)، وهي كما يلي:

$$n = \frac{N \times p(1-p)}{[N-1 \times (d^2 \div z^2)] + p(1-p)}$$

حيث إن:

- n = حجم العينة المراد تحديدها
- $N = ٤٧٠$
- p = نسبة الذين تتوافر فيهم الخاصية موضوع الدراسة في مجتمع البحث ويساوي ٥.
- z = حدود الخطأ المعياري يساوي (١.٩٦) وذلك عند مستوى ثقة (٩٥٪)
- d = مقدار الخطأ المعياري ويساوي (٠.٥)



• وبالتعويض في المعادلة السابقة، فإن: حجم العينة يكون ٢١٢ مفردة

حرص الباحث على تيسير عملية تعبئة الاستبيان من خلال توضيح أهدافه للمشاركين، وضمان سرية البيانات، وتشجيعهم على المشاركة الإيجابية، مما أسهم في تحقيق معدل استجابة مرتفع. فقد تم استرداد (٣٠٢) استبانة مكتملة وصالحة للتحليل، أي ما يمثل نسبة استجابة تقارب ٦٤.٢٪ من إجمالي مجتمع البحث. وتوزعت العينة على النحو الآتي:

الإقليم	المحافظة	وكيل الوزارة مدير المديرية	وكيل المديرية للرياضة	وكيل المديرية للشباب	مديري الإدارات المركزية	مديري الإدارات الفرعية	الأخصائيون الرياضيون بديوان عام المديرية	مجتمع البحث
شمال الصعيد	المنيا	١	١	١	٥	١	١٧	26
وسط الصعيد	أسيوط	١	١	١	٦	١٠	٣١	50
جنوب الصعيد	أسوان	١	١	١	٥	٨	١٩	35
القاهرة الكبرى	الجيزة	١	١	١	٨	١٨	٨٠	109
إقليم الإسكندرية	مطروح	١	١	١	٣	٧	٦	19
إقليم الدلتا	المنوفية	١	١	١	٤	٩	٣١	47
إقليم القناة	الإسماعيلية	١	١	١	٣	١	٩	16
المجموع	7 مديريات	٧	٧	٧	٣٤	٥٤	١٩٣	٣٠٢

تعد هذه النسبة مرتفعة وذات دلالة إحصائية في البحوث الميدانية والإدارية، إذ فاقت الحد الأدنى لحجم العينة المحسوب مسبقاً باستخدام معادلة ستيفن ك. تومبسون، والذي بلغ (٢١٢) مفردة فقط. وبذلك تحقق تمثيل قوي وشامل لعينة الدراسة، ما يتيح استخلاص نتائج علمية دقيقة قابلة للتعميم بدرجة عالية من الموثوقية. كما يعكس هذا التوزيع الفعال للعينة جودة التخطيط المسبق وكفاءة التواصل مع المشاركين، الأمر الذي يعزز قوة الدراسة الإحصائية ويضفي مصداقية أكبر على نتائجها.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على أداة رئيسية لجمع البيانات، تمثلت في استبانة أعدها الباحث لقياس دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة التنظيمية للعاملين في المديريات محل الدراسة. وقد صُممت الاستبانة بحيث تشمل ما يلي:

البيانات العامة (اختيارية)

محاور الاستبيان:

المحور الأول: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين قنوات الاتصال الداخلي ونقل القيم التنظيمية بين العاملين (١٠ عبارات).



المحور الثاني: درجة التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى إدراك العاملين لأبعاد الثقافة التنظيمية (١٠ عبارات).

المحور الثالث: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة التنظيمية للعاملين (١٠ عبارات).

تمت صياغة جميع عبارات المحاور وفق مقياس ليكرت الخماسي (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة)، بهدف قياس اتجاهات وآراء المبحوثين بشكل دقيق وقابل للتحليل الإحصائي.

ولتحديد طول خلايا المقياس الخماسي (الحدود الدنيا والعليا) المستخدم في محاور الدراسة، تم حساب المدى ($5-1=4$)، ثم تقسيمه على عدد خلايا المقياس للحصول على طول الخلية الصحيح أي ($4/5=0.80$)، بعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (أو بداية المقياس وهي الواحد الصحيح) وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا أصبح طول الخلايا كما يتضح من خلال الجدول التالي:

تحديد فئات المقياس المتدرج الخماسي

أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
٥.٠ - ٤.٢١	٤.٢٠ - ٣.٤١	٣.٤١ - ٢.٦١	٢.٦٠ - ١.٨١	١.٨٠ - ١

الخصائص السيكومترية للأداة:

من أجل التأكد من مصداقية أداة الدراسة وثباتها، قام الباحث بحساب معامل الثبات الداخلي (كرونباخ ألفا)، والذي يُعد من أكثر الأساليب الإحصائية ملائمة لقياس ثبات أدوات القياس التي تعتمد على الاستجابات المتدرجة مثل مقياس ليكرت الخماسي. وقد تم إجراء هذا التحليل من خلال استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) إصدار ٢٩، استناداً إلى البيانات الفعلية التي تم جمعها من الاستبيانات المستردة.

وقد أظهرت النتائج أن معامل الثبات الكلي للاستبيان بلغ (٠.٩٢)، وهي قيمة مرتفعة جداً تشير إلى درجة عالية من الاتساق الداخلي بين العبارات، مما يعزز من موثوقية الأداة وصلاحياتها للاستخدام في الأبحاث الميدانية. كما تعني هذه النتيجة أن نسبة التكرار في النتائج المتوقعة عند تطبيق الأداة على عينة مماثلة تصل إلى نحو (٩٢٪).

وبالإضافة إلى ذلك، تم حساب معاملات الثبات لكل محور من محاور الاستبيان، حيث بلغ في المحور الأول (٠.٨٨)، وفي المحور الثاني (٠.٨٦)، وفي المحور الثالث (٠.٨٩)، وهي قيم تقع جميعها ضمن المعدلات الممتازة في الأبحاث التربوية والإدارية، مما يؤكد قوة



الاتساق الداخلي لكل محور على حدة، ويعكس جودة بناء الأداة ودقتها في قياس متغيرات الدراسة.

معاملات الثبات للاستبانة ككل ولكل محور من محاورها (كرونباخ الفا)

معامل الثبات (كرونباخ الفا)	عدد العبارات	
.92	30	الاستبيان ككل
.88	10	المحور الأول: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين قنوات الاتصال الداخلي ونقل القيم التنظيمية بين العاملين في مديريات الشباب والرياضة
.86	10	المحور الثاني: درجة التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى إدراك العاملين لأبعاد الثقافة التنظيمية في مديريات الشباب والرياضة
.89	10	المحور الثالث: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة التنظيمية للعاملين في مديريات الشباب والرياضة

الصدق الظاهري:

للتحقق من الصدق الظاهري لأداة الدراسة، قام الباحث بعرض الاستبيان في صورته الأولية على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجالات التحول الرقمي، والادارة الرياضية، والمناهج وطرق البحث العلمي، وذلك بهدف التأكد من وضوح العبارات، ودقة الصياغة، وملاءمة الفقرات لقياس أبعاد المتغيرات المستهدفة. وقد قدم المحكمون ملاحظاتهم وتوصياتهم التي انصبت على إعادة صياغة بعض البنود لتكون أكثر وضوحاً، وحذف أو دمج بعض العبارات المتكررة، بالإضافة إلى تعديل ترتيب بعض الفقرات بما يتوافق مع التسلسل المنطقي لمحاور الدراسة. وبعد إدخال هذه التعديلات، تم اعتماد النسخة النهائية من الاستبيان، الأمر الذي يعزز من صدقه الظاهري ويؤكد توافقه مع أهداف البحث وملاءمته لبيئته التطبيقية.

صدق الاتساق الداخلي:

تم حساب معاملات الارتباط باستخدام معامل بيرسون للتحقق من صدق التجانس الداخلي

بين:

- كل عبارة من عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان.
- كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه.

وأظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن جميع قيم الارتباط كانت أكبر من (0.30)، وهي القيمة المرجعية المقبولة إحصائياً، مما يدل على صدق بنائي جيد لكل عبارة في تمثيلها للمجال الذي تنتمي إليه. وتراوحت معاملات الارتباط بين 0.497 و 0.796 على مستوى المحاور،



وبين ٠.٥٤٩ و ٠.٧٧١ على مستوى الدرجة الكلية، وهي مؤشرات تؤكد تمتع الأداة بصدق بنائي جيد وقدرتها على قياس المتغيرات المستهدفة بدقة وموثوقية. معاملات ارتباط بيرسون لكل عبارة بالدرجة الكلية ودرجة المحور

العبارة	ارتباط درجة العبارة بالدرجة الكلية	ارتباط درجة العبارة بالدرجة الكلية للمحور
المحور الأول: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين قنوات الاتصال الداخلي ونقل القيم التنظيمية بين العاملين		
توفر مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة لتبادل المعلومات بين العاملين.	0.710	0.732
تسهل منصات التواصل الاجتماعي في تسريع عملية نقل الأخبار الداخلية بالمديرية.	0.624	0.761
تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على تبادل الخبرات بين العاملين.	0.678	0.796
يتم عبر مواقع التواصل الاجتماعي مشاركة سياسات وقيم المديرية بانتظام.	0.643	0.754
أستطيع من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التواصل بسهولة مع الزملاء خارج ساعات العمل الرسمية.	0.715	0.666
تعزز مواقع التواصل الاجتماعي الروابط المهنية بين العاملين.	0.710	0.759
تستخدم منصات التواصل الاجتماعي للإعلان عن المبادرات والفعاليات الداخلية.	0.614	0.721
يلتزم العاملون باستخدام منصات التواصل في إطار القيم التنظيمية للمديرية.	0.645	0.783
مواقع التواصل الاجتماعي تتيح فرصة أكبر لتوضيح أهداف المديرية لجميع العاملين.	0.652	0.751
تساعد قنوات التواصل الاجتماعي على تخفيض الحواجز البيروقراطية في الاتصال الداخلي.	0.715	0.728
المحور الثاني: درجة التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى إدراك العاملين لأبعاد الثقافة التنظيمية		
أشارك بانتظام في النقاشات والحوارات التي تنشرها المديرية على وسائل التواصل.	0.699	0.584
أعلق على المنشورات الداخلية المرتبطة بأعمال المديرية.	0.661	0.624
أشارك في نشر المحتوى المتعلق بأنشطة المديرية على حساباتي الشخصية.	0.674	0.497
أتابع بانتظام الأخبار والمستجدات التي تُنشر على حسابات المديرية الرسمية.	0.688	0.626
التفاعل على وسائل التواصل يعكس التزامي بالقيم التنظيمية.	0.665	0.685
التفاعل المستمر مع المحتوى الداخلي يزيد من فهمي لرسالة المديرية.	0.685	0.716
أحرص على إبداء الرأي والمقترحات عبر المنصات الرسمية.	0.599	0.679
تتيح لي وسائل التواصل فهماً أعمق للثقافة التنظيمية السائدة.	0.637	0.746
هناك تجاوب من الإدارة مع الملاحظات المنشورة على مواقع التواصل.	0.684	0.622
أشعر أن التفاعل الرقمي يساهم في بناء بيئة عمل إيجابية.	0.699	0.654
المحور الثالث: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة التنظيمية للعاملين		
أسهمت وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة معرفتي برؤية ورسالة المديرية.	0.738	0.705
المحتوى المنشور على منصات التواصل يوضح القيم الأساسية للمديرية.	0.677	0.728



0.715	0.771	أُتُعرف من خلال وسائل التواصل على الأنظمة واللوائح الداخلية للمديرية.
0.724	0.730	تساهم وسائل التواصل في تعزيز روح الانتماء بين العاملين.
0.684	0.718	تُسهّم منصات التواصل في تعريف العاملين الجدد بالثقافة التنظيمية.
0.702	0.549	تسهّم المنشورات في تعزيز روح التعاون والعمل الجماعي.
0.711	0.659	تساعد وسائل التواصل في نشر قصص نجاح الموظفين داخل المديرية.
0.697	0.720	أُكتسب من خلال وسائل التواصل معارف جديدة عن بيئة العمل.
0.728	0.705	يعزز المحتوى الرقمي فهمي لأهداف المديرية الاستراتيجية.
0.715	0.641	تسهّم وسائل التواصل الاجتماعي في توحيد سلوكيات العاملين بما يتوافق مع ثقافة المديرية.

كما قام الباحث بحساب معاملات الارتباط بين محاور الاستبيان الثلاثة للتحقق من درجة ترابطها الداخلي، حيث تراوحت هذه القيم بين (٠.٥٤٢) و(٠.٧٥٤)، وهي جميعها ضمن الحدود المقبولة وتشير إلى وجود ارتباط دال إحصائياً بين المحاور عند مستوى دلالة (٠.٠٠١)، مما يعزز من صدق الأداة ويؤكد أنها تقيس ما وضعت لقياسه.

العلاقة الارتباطية بين درجات المحاور

ارتباط بيرسون			
المحور الأول	المحور الثاني	المحور الثالث	
1			المحور الأول
.700**	1		المحور الثاني
.684**	.762**	1	المحور الثالث

** ارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٠٠

التوصيف الإحصائي لعينة البحث:

وصف البيانات الديموغرافية لعينة البحث:

البيانات الديموغرافية لعينة البحث

العوامل الديموغرافية	التكرار	النسبة
الجنس		
ذكر	٢٢٧	٧٥.٢
أنثى	٧٥	٢٤.٨
الوظيفية		
وكيل الوزارة	٧	٢.٣
وكيل المديرية للرياضة	٧	٢.٣
وكيل المديرية للشباب	٧	٢.٣
مدير إدارة مركزية	٣٤	١١.٣
مدير إدارة فرعية	٥٤	١٧.٩
أخصائي رياضي	١٩٣	٦٣.٩



عدد سنوات الخبرة		
من ١ إلى ٥ سنوات	٨٠	٢٦.٥
من ٦ إلى ١٥ سنة	١٠٢	٣٣.٨
من ١٦ إلى ٢٥ سنة	٧٥	٢٤.٨
أكثر من ٢٥ سنوات	٤٥	١٤.٩
المؤهل العلمي		
ثانوي	٤٠	١٣.٢
دبلوم	٢٥	٨.٣
بكالوريوس	١٥٠	٤٩.٧
دراسات عليا	٨٧	٢٨.٨
الإقليم والمديرية التابع لها		
شمال الصعيد (المنيا)	26	٨.٦
وسط الصعيد (أسيوط)	50	١٦.٦
جنوب الصعيد (أسوان)	35	١١.٦
القاهرة الكبرى (الجيزة)	109	٣٦.١
إقليم الإسكندرية (مطروح)	19	٦.٣
إقليم الدلتا (المنوفية)	47	١٥.٦
إقليم القناة (الإسماعيلية)	16	٥.٣

يتضح أن الغالبية العظمى من أفراد العينة هم من الذكور بنسبة ٧٥.٢٪ (٢٢٧ فرداً)، مقابل ٢٤.٨٪ من الإناث (٧٥ فرداً). يشير ذلك إلى أن القطاع الذي تناولته الدراسة يغلب عليه الطابع الذكوري، وربما يعكس طبيعة الوظائف أو الثقافة المهنية في هذا المجال.

يظهر أن النسبة الأكبر من المشاركين يشغلون وظيفة أخصائي رياضي بنسبة ٦٣.٩٪، يليهم مديرو الإدارات الفرعية بنسبة ١٧.٩٪، ثم مديرو الإدارات المركزية بنسبة ١١.٣٪. أما المناصب العليا مثل وكلاء الوزارة ووكلاء المديريات للرياضة أو للشباب فتتساوى عند نسبة ٢.٣٪ لكل منها، ما يعكس أن العينة ركزت بدرجة كبيرة على المستويات التنفيذية أكثر من الإدارية العليا.

تشير البيانات إلى أن الفئة الأكثر تمثيلاً هي من لديهم خبرة ٦-١٥ سنة بنسبة ٣٣.٨٪، يليها من لديهم خبرة ١-٥ سنوات بنسبة ٢٦.٥٪، ثم من لديهم خبرة ١٦-٢٥ سنة بنسبة ٢٤.٨٪، وأخيراً من لديهم خبرة أكثر من ٢٥ سنة بنسبة ١٤.٩٪. ويعني ذلك أن غالبية العينة تضم كوار ذات خبرة متوسطة إلى طويلة، مما قد يعكس مستوى جيد من النضج المهني.

يتبين أن أعلى نسبة من المشاركين يحملون درجة البكالوريوس بنسبة ٤٩.٧٪، تليها الدراسات العليا بنسبة ٢٨.٨٪، ثم الثانوي بنسبة ١٣.٢٪، وأخيراً الدبلوم بنسبة ٨.٣٪. يدل



ذلك على أن معظم أفراد العينة مؤهلون علمياً بمستوى جامعي أو أعلى، ما يعزز موثوقية آرائهم في موضوع الدراسة.

يتضح أن أكبر نسبة من العينة جاءت من إقليم القاهرة الكبرى (الجيزة) بنسبة ٣٦.١٪، يليه وسط الصعيد (أسيوط) بنسبة ١٦.٦٪، ثم إقليم الدلتا (المنوفية) بنسبة ١٥.٦٪، وجنوب الصعيد (أسوان) بنسبة ١١.٦٪، بينما جاءت أقل النسب من إقليم الإسكندرية (مطروح) بنسبة ٦.٣٪ وإقليم القناة (الإسماعيلية) بنسبة ٥.٣٪. يعكس ذلك تمثيلاً متنوعاً جغرافياً، لكنه يميل إلى التركيز في العاصمة والمناطق الحضرية الكبرى.

الجدول يعكس أن العينة يغلب عليها الطابع الذكوري، وتتكون غالباً من أخصائيين رياضيين ذوي خبرة متوسطة إلى طويلة، مع مستوى علمي جامعي أو أعلى، وتمثيل جغرافي متنوع مع تركّز ملحوظ في إقليم القاهرة الكبرى. هذه السمات الديموغرافية تمنح الدراسة قاعدة بيانات بشرية ذات خبرة ومؤهل تعليمي جيد، لكن مع هيمنة واضحة لفئة معينة من حيث الجنس والمستوى الوظيفي.

نتائج حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات الاستبيان طبقاً لآراء عينة البحث:

نتائج حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمحور الأول المعني بالاجابة علي التساؤل الفرعي الأول والذي ينص علي "ما أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين قنوات الاتصال الداخلي ونقل القيم التنظيمية بين العاملين في مديريات الشباب والرياضة في جمهورية مصر العربية"

المحور الأول: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين قنوات الاتصال الداخلي ونقل القيم التنظيمية بين العاملين		
العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
توفر مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة لتبادل المعلومات بين العاملين.	4.79	0.406
تسهل منصات التواصل الاجتماعي في تسريع عملية نقل الأخبار الداخلية بالمديرية.	4.75	0.48
تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على تبادل الخبرات بين العاملين.	4.76	0.429
يتم عبر مواقع التواصل الاجتماعي مشاركة سياسات وقيم المديرية بانتظام.	4.85	0.405
أستطيع من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التواصل بسهولة مع الزملاء خارج ساعات العمل الرسمية.	4.84	0.478
تعزز مواقع التواصل الاجتماعي الروابط المهنية بين العاملين.	4.76	0.664
تستخدم منصات التواصل الاجتماعي للإعلان عن المبادرات والفعاليات الداخلية.	4.70	0.47
يلتزم العاملون باستخدام منصات التواصل في إطار القيم التنظيمية للمديرية.	4.64	0.45



0.479	4.61	مواقع التواصل الاجتماعي تتيح فرصة أكبر لتوضيح أهداف المديرية لجميع العاملين.
0.476	4.65	تساعد قنوات التواصل الاجتماعي على تخفيض الحواجز البيروقراطية في الاتصال الداخلي.
٠.٤٦	٤.٧٣٥=	المتوسطات العامة للمحور ككل

تشير نتائج المحور الأول، المتعلق باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين قنوات الاتصال الداخلي ونقل القيم التنظيمية بين العاملين، إلى وجود اتفاق مرتفع بين أفراد العينة على الدور الإيجابي لهذه المنصات في دعم الاتصال المؤسسي وتعزيز الثقافة التنظيمية. فقد تراوحت المتوسطات الحسابية لعبارات هذا المحور بين ٤.٦١ و ٤.٨٥ من أصل ٥، وهو ما يعكس إدراكاً واسعاً لأهمية هذه الوسائل في تحقيق التواصل الفعال ونشر القيم المؤسسية. أعلى درجة اتفاق سُجِّلت في العبارة التي تشير إلى "مشاركة سياسات وقيم المديرية بانتظام عبر مواقع التواصل الاجتماعي" بمتوسط بلغ ٤.٨٥ وانحراف معياري منخفض (٠.٤٠٥)، مما يدل على وجود إجماع شبه تام على أن هذه الممارسة تشكل ركيزة أساسية في دعم الهوية المؤسسية وترسيخ القيم بين العاملين. كما جاءت العبارة المتعلقة بـ "إمكانية التواصل بسهولة مع الزملاء خارج ساعات العمل الرسمية" * في المرتبة الثانية بمتوسط ٤.٨٤، وهو ما يؤكد على دور هذه المنصات في توسيع نطاق التواصل ليشمل الأوقات غير الرسمية، الأمر الذي يعزز الروابط المهنية والشخصية في بيئة العمل.

في المقابل، جاءت أقل درجة اتفاق في العبارة "إتاحة فرصة أكبر لتوضيح أهداف المديرية لجميع العاملين" بمتوسط ٤.٦١، ما قد يعكس الحاجة إلى استثمار أكبر لهذه القنوات في إيصال الأهداف الاستراتيجية بشكل أوضح وأكثر جاذبية.

وقد بلغ المتوسط العام للمحور ٤.٧٣، وهو مستوى يعكس قوة الاتفاق على فعالية مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال داخلي، فيما كان الانحراف المعياري العام منخفضاً نسبياً (٠.٤٧)، مما يشير إلى درجة عالية من التجانس في آراء المستجيبين.

وعليه، يمكن القول إن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل اليوم أداة محورية في بيئة العمل المؤسسية، ليس فقط لتسريع تدفق المعلومات ونقل الأخبار الداخلية، بل أيضاً لتعزيز الروابط المهنية، ونشر السياسات والقيم التنظيمية بشكل مستمر، بما يسهم في خلق بيئة عمل أكثر ترابطاً وتفاعلاً.



نتائج حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمحور الثاني المعني بالاجابة علي التساؤل الفرعي الثاني والذي ينص علي "ما طبيعة العلاقة بين درجة التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى إدراك العاملين لأبعاد الثقافة التنظيمية في مديريات الشباب والرياضة في جمهورية مصر العربية؟"

المحور الثاني: درجة التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى إدراك العاملين لأبعاد الثقافة التنظيمية		
العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أشارك بانتظام في النقاشات والحوارات التي تنشرها المديرية على وسائل التواصل.	4.71	0.444
أعلق على المنشورات الداخلية المرتبطة بأعمال المديرية.	4.72	0.45
أشارك في نشر المحتوى المتعلق بأنشطة المديرية على حساباتي الشخصية.	4.76	0.476
أتابع بانتظام الأخبار والمستجدات التي تُنشر على حسابات المديرية الرسمية.	4.82	0.453
التفاعل على وسائل التواصل يعكس التزامي بالقيم التنظيمية.	4.79	0.491
التفاعل المستمر مع المحتوى الداخلي يزيد من فهمي لرسالة المديرية.	4.80	0.443
أحرص على إبداء الرأي والمقترحات عبر المنصات الرسمية.	4.81	0.406
تتيح لي وسائل التواصل فهماً أعمق للثقافة التنظيمية السائدة.	4.81	0.666
هناك تجاوب من الإدارة مع الملاحظات المنشورة على مواقع التواصل.	4.80	0.525
أشعر أن التفاعل الرقمي يساهم في بناء بيئة عمل إيجابية.	4.67	0.483
المتوسطات العامة للمحور ككل	4.769	0.484

يتناول هذا المحور درجة التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى إدراك العاملين لأبعاد الثقافة التنظيمية، وتشير النتائج إلى أن المتوسطات الحسابية لجميع العبارات جاءت مرتفعة، حيث تراوحت بين 4.67 و 4.82 من أصل 5، وهو ما يعكس وجود اتفاق واسع بين أفراد العينة على الدور المحوري للتفاعل الرقمي في تعزيز فهم الثقافة التنظيمية وترسيخ القيم المؤسسية.

وقد برزت عبارتان كأعلى درجات الاتفاق، هما: "أحرص على إبداء الرأي والمقترحات عبر المنصات الرسمية" و "تتيح لي وسائل التواصل فهماً أعمق للثقافة التنظيمية السائدة"، حيث حققت كل منهما متوسطاً مقداره 4.81. إلا أن العبارة الأولى تميزت بانحراف معياري منخفض (0.406) ما يشير إلى درجة عالية من التجانس في آراء المشاركين حول أهميتها، بينما جاءت العبارة الثانية بانحراف معياري أعلى نسبياً (0.666)، وهو ما يوحي بوجود قدر محدود من التباين في شدة الاتفاق بشأنها.



في المقابل، سجلت العبارة "أشعر أن التفاعل الرقمي يساهم في بناء بيئة عمل إيجابية" أدنى متوسط (٤.٦٧)، الأمر الذي قد يشير إلى إمكانية تطوير استراتيجيات التفاعل لتعزيز انعكاسه الإيجابي على بيئة العمل.

أما المتوسط العام للمحور فقد بلغ ٤.٧٧، وهو مؤشر على مستوى اتفاق قوي جداً، مع انحراف معياري عام منخفض نسبياً (٠.٤٨) يدل على درجة واضحة من التجانس في وجهات النظر.

وبناءً على ذلك، يمكن الاستنتاج أن التفاعل النشط والمستمر على منصات التواصل الرسمية للمديرية يعد أداة استراتيجية لتعزيز الالتزام بالقيم المؤسسية، ودعم قنوات التواصل الداخلي، وتوسيع إدراك العاملين لأبعاد الثقافة التنظيمية، بما يساهم في بناء هوية مؤسسية متماسكة وقادرة على التكيف مع التغيرات.

نتائج حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمحور الثالث المعني بالاجابة علي التساؤل الفرعي الثالث والذي ينص علي "ما أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة التنظيمية للعاملين في مديريات الشباب والرياضة في جمهورية مصر العربية؟"

المحور الثالث: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة التنظيمية للعاملين		
العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أسهمت وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة معرفتي بروية ورسالة المديرية.	4.84	0.605
المحتوى المنشور على منصات التواصل يوضح القيم الأساسية للمديرية.	4.80	0.666
أتعرف من خلال وسائل التواصل على الأنظمة واللوائح الداخلية للمديرية.	4.82	0.744
تساهم وسائل التواصل في تعزيز روح الانتماء بين العاملين.	4.81	0.654
تسهم منصات التواصل في تعريف العاملين الجدد بالثقافة التنظيمية.	4.81	0.528
تسهم المنشورات في تعزيز روح التعاون والعمل الجماعي.	4.85	0.517
تساعد وسائل التواصل في نشر قصص نجاح الموظفين داخل المديرية.	4.67	0.432
أكتسب من خلال وسائل التواصل معارف جديدة عن بيئة العمل.	4.76	0.552
يعزز المحتوى الرقمي فهمي لأهداف المديرية الاستراتيجية.	٤.٩٠	0.516
تسهم وسائل التواصل الاجتماعي في توحيد سلوكيات العاملين بما يتوافق مع ثقافة المديرية.	4.76	0.39
المتوسطات العامة للمحور ككل	٤.٨٠	٠.٥٦

يتناول هذا المحور أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الثقافة التنظيمية للعاملين، وتشير النتائج إلى أن المتوسطات الحسابية لجميع العبارات جاءت مرتفعة للغاية، حيث تراوحت بين ٤.٦٧ و ٤.٩٠ من أصل ٥، وهو ما يعكس وجود اتفاق واسع بين المستجيبين



على الدور المحوري لهذه المنصات في ترسيخ الثقافة التنظيمية وتعزيز حضورها في بيئة العمل.

وقد جاءت العبارة "يعزز المحتوى الرقمي فهمي لأهداف المديرية الاستراتيجية" في المرتبة الأولى بمتوسط ٤.٩٠ وانحراف معياري منخفض نسبياً (٠.٥١٦)، مما يعكس شبه إجماع على أهمية المحتوى الرقمي كأداة لتوضيح الأهداف الاستراتيجية ونقلها بفاعلية. تلتها العبارة "تسهم المنشورات في تعزيز روح التعاون والعمل الجماعي" بمتوسط ٤.٨٥، وهو ما يؤكد دور هذه المنصات في ترسيخ قيم التعاون والتكامل بين العاملين.

في المقابل، سجلت العبارة "تساعد وسائل التواصل في نشر قصص نجاح الموظفين داخل المديرية" أدنى متوسط (٤.٦٧)، الأمر الذي قد يشير إلى وجود فرصة أكبر لاستثمار هذه القنوات في تسليط الضوء على النجاحات الفردية والجماعية بهدف الإلهام والتحفيز.

أما المتوسط العام للمحور فقد بلغ ٤.٨٠، وهو مؤشر على مستوى اتفاق قوي جداً، مع انحراف معياري عام قدره ٠.٥٦، ما يدل على تجانس كبير في آراء المستجيبين، مع وجود بعض التباين المحدود في تقييم أهمية بعض الممارسات.

وعليه، يمكن القول إن وسائل التواصل الاجتماعي في المديرية لم تعد مجرد قناة لنقل الأخبار والمعلومات، بل تحولت إلى أداة استراتيجية لنشر الرؤية والرسالة المؤسسية، وتعزيز الانتماء، وتوضيح القيم، وتوحيد السلوكيات بما يتوافق مع الثقافة التنظيمية، مما يعزز من تماسك بيئة العمل ويدعم تحقيق الأهداف المشتركة.

مناقشة النتائج وتفسيرها:

أظهرت نتائج الدراسة أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مديريات الشباب والرياضة بجمهورية مصر العربية يمثل عاملاً استراتيجياً محورياً في دعم الثقافة التنظيمية، وتحسين قنوات الاتصال الداخلي، وتعزيز مستوى إدراك العاملين للقيم والرؤية المؤسسية. وتتكامل هذه النتائج الكمية والنوعية لتشكّل صورة شاملة تؤكد أهمية الدمج الممنهج لهذه المنصات ضمن منظومة العمل الإداري.

أولاً: تحسين قنوات الاتصال الداخلي ونقل القيم التنظيمية

بيّنت النتائج أن المتوسط العام لآراء المشاركين في هذا المحور بلغ (٤.٧٣) بانحراف معياري منخفض (٠.٤٧)، مما يعكس مستوى اتفاق مرتفع وتجانساً ملحوظاً بين المبحوثين حول الدور الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الاتصال الداخلي. وقد برزت العبارة المتعلقة بـ "مشاركة سياسات وقيم المديرية بانتظام" بأعلى متوسط (٤.٨٥)، وهو ما



يؤكد أن الاتصال الرقمي يسهّل نقل الأبعاد القيمية للمؤسسة. في المقابل، جاءت عبارة "إنّاحة فرصة أكبر لتوضيح أهداف المديرية" بأقل متوسط نسبياً (٤.٦١)، مما يشير إلى وجود مساحة لتحسين توجيه المحتوى نحو الأهداف الاستراتيجية. هذه المعطيات تدعم الاستنتاج بأن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في كسر الحواجز الإدارية وتعزيز تبادل المعلومات والقيم التنظيمية بين مختلف المستويات الإدارية.

ثانياً: درجة التفاعل ومستوى إدراك الثقافة التنظيمية

أظهر هذا المحور متوسطاً عاماً مرتفعاً للغاية (٤.٧٧) وانحرافاً معيارياً قدره (٠.٤٨)، ما يعكس إجماعاً شبه كامل على أهمية التفاعل الرقمي في ترسيخ الثقافة التنظيمية. وقد احتلت عبارتا "إبداء الرأي والمقترحات" و"فهم أعمق للثقافة التنظيمية" الصدارة بمتوسط (٤.٨١)، بما يبرز دور التفاعل في تعميق الإدراك المؤسسي. أما العبارة التي حصلت على أقل متوسط (٤.٦٧) فهي "التفاعل الرقمي يساهم في بناء بيئة عمل إيجابية"، وهو ما قد يشير إلى حاجة لتطوير برامج تفاعلية تعزز البعد النفسي والاجتماعي الإيجابي لبيئة العمل. النتيجة العامة لهذا المحور أن التفاعل النشط على المنصات الرسمية يمثل محركاً رئيسياً لترسيخ القيم وفهم الرسالة المؤسسية بعمق.

ثالثاً: أثر الاستخدام على نشر الثقافة التنظيمية

جاء هذا المحور بأعلى متوسط عام بين المحاور الثلاثة (٤.٨٠) وبانحراف معياري (٠.٥٦)، ما يؤكد قوة التأثير المدرك لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة التنظيمية. وقد حققت العبارة "المحتوى الرقمي يعزز فهم الأهداف الاستراتيجية" أعلى متوسط (٤.٩٠)، وهو مؤشر على الدور المحوري للمحتوى في توضيح الرؤية ونقل الأهداف بشكل مباشر وفعال. في المقابل، حصلت عبارة "نشر قصص نجاح الموظفين" على متوسط (٤.٦٧)، ما يشير إلى إمكانية توسيع هذا النوع من المحتوى لدعم النماذج الإيجابية وتعزيز الانتماء المؤسسي. وبناءً على ذلك، يتضح أن هذه المنصات لم تعد مجرد قناة إعلامية، بل تحولت إلى أداة استراتيجية لترسيخ الهوية المؤسسية وتوحيد السلوكيات التنظيمية.

تكشف المقارنة بين المحاور الثلاثة عن وجود ترابط وظيفي واضح؛ إذ يشكّل تحسين الاتصال الداخلي (المحور الأول) قاعدة تعزز من مستويات التفاعل الرقمي (المحور الثاني)، والذي بدوره يساهم بشكل مباشر في نشر الثقافة التنظيمية (المحور الثالث). هذه السلسلة المترابطة تؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل ضمن نظام بيئي رقمي متكامل، يدعم الثقافة المؤسسية عبر ثلاثة مسارات أساسية:



- إيصال الرسالة والقيم المؤسسية بطرق مباشرة وجاذبة.
 - تحفيز المشاركة والتفاعل بين العاملين على نحو يزيد من الوعي والاندماج.
 - تحسين قنوات الاتصال الداخلي بما يضمن سرعة وشفافية تبادل المعلومات.
- تقدم هذه النتائج دلالات عملية مهمة لمديريات الشباب والرياضة:
- إدارياً: تبني استراتيجيات اتصال رقمي واضحة ومستمرة لتعزيز الانتماء المؤسسي.
 - تنظيمياً: الاستثمار في تدريب العاملين على الاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي بما يحقق أهداف المؤسسة.
 - اتصالياً: تطوير محتوى تفاعلي هادف يربط بين القيم المؤسسية واحتياجات العاملين، مع التركيز على إبراز قصص النجاح والنماذج الملهمة.
- بالمقارنة مع الدراسات السابقة، نجد أن هذه النتائج تتفق مع ما توصلت إليه دراسة (Al-Hamami naser ahmed & Baqutayan salahsaid, 2013) التي أكدت أن شبكات التواصل الاجتماعي تعزز الاتصال ونقل القيم الثقافية وتحسن الأداء، إلا أن تميز الدراسة الحالية يكمن في خصوصيتها التطبيقية على قطاع حكومي مصري محدد، مما يمنحها بعداً سياقياً مختلفاً. كما تتوافق مع ما طرحته دراسة (نهي سليمان لقليوبي وآخرون، ٢٠٢٣) حول أثر الثقافة التنظيمية على أداء العاملين، رغم اختلاف تركيزها، حيث لم تتناول وسائل التواصل كمتغير مستقل.
- وتلتقي الدراسة الحالية أيضاً مع نتائج (رأفت محمد العيسى، ٢٠٢٢) و(احسان حسني أحمد، ٢٠١٨) في أن وسائل التواصل الاجتماعي تمثل قناة فعالة لنشر الوعي، مع اختلاف في طبيعة المحتوى، إذ ركزت تلك الدراسات على الثقافة الرياضية، بينما ركزت هذه الدراسة على القيم التنظيمية. كما تتفق مع (اسلام محمد الوكيل، ٢٠٢٣) و(محمد سعيد حامد، ٢٠٢٢) في أن تنوع المحتوى والمنصات يحسن الصورة الذهنية ويعزز الفعالية المؤسسية، مع إضافة بعد جديد يتمثل في الربط المباشر بين الحضور الرقمي وتحسين الاتصال الداخلي.



النتائج والتوصيات:

أولاً: النتائج العامة

- أثبتت الدراسة أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مديريات الشباب والرياضة يمثل عنصراً استراتيجياً مؤثراً في نشر الثقافة التنظيمية، بحيث لم يعد استخدامها خياراً ثانوياً بل أصبح ضرورة إدارية معاصرة.
- تحسين قنوات الاتصال الداخلي عبر المنصات الرقمية أسهم في تعزيز تبادل المعلومات ونقل القيم التنظيمية بكفاءة، ما أدى إلى كسر الحواجز الإدارية وتقريب المستويات الوظيفية المختلفة.
- تبين أن التفاعل الرقمي النشط بين العاملين يرتبط ارتباطاً إيجابياً بزيادة إدراكهم لأبعاد الثقافة التنظيمية، بما يعزز من فهمهم للقيم والرؤية المشتركة.
- أظهرت الدراسة أن المحور الخاص بنشر الثقافة التنظيمية هو الأكثر استفادة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث ساعدت المنصات الرقمية في توضيح الأهداف والرؤية المؤسسية للعاملين بفعالية كبيرة.
- المحور الخاص بتحسين الاتصال الداخلي كشف أن العاملين يقدرون نشر السياسات والقيم المؤسسية بانتظام أكثر من التركيز على الأهداف الاستراتيجية، مما يكشف عن فجوة في توجيه المحتوى.
- العبارات المتعلقة بإبراز قصص النجاح وتعزيز البعد النفسي الإيجابي حصلت على تقييمات أقل نسبياً، مما يدل على إمكانية تطوير هذا النوع من المحتوى.
- أظهرت النتائج ترابطاً وثيقاً بين المحاور الثلاثة؛ حيث يدعم تحسين الاتصال الداخلي التفاعل الرقمي، ويؤدي كلاهما إلى نشر الثقافة التنظيمية بفعالية أكبر.
- تنوع المحتوى الرقمي ليشمل أبعاداً معرفية وقيمية ونفسية إيجابية يساهم في بناء بيئة عمل أكثر دعماً وتحفيزاً للعاملين.
- الحاجة لربط الأنشطة الرقمية بالأنشطة الميدانية لتعزيز التكامل بين القنوات الحديثة والتقليدية، وضمان وصول الرسائل لجميع الفئات.
- وجود ضرورة لإدارة مهنية متخصصة لمتابعة الحضور الرقمي وضمان استمراريته وتقييم أثره على الثقافة التنظيمية.



ثانياً: التوصيات

- تبني استراتيجية مؤسسية واضحة وطويلة المدى لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة أساسية لترسيخ الثقافة التنظيمية وربطها بالأهداف المؤسسية.
- الاستثمار في تطوير المحتوى الرقمي الخاص بالاتصال الداخلي، مع ضمان وضوح الرسائل ووصولها لجميع المستويات الإدارية بانتظام.
- تصميم برامج وأنشطة رقمية تفاعلية تشجع العاملين على المشاركة وإبداء الآراء والمقترحات، بما يعزز من إحساسهم بالانتماء والمشاركة في صنع القرار.
- تعزيز المحتوى الرقمي المتعلق بالأهداف الاستراتيجية للمؤسسة وربطه بالأنشطة اليومية، لضمان تكامل الرؤية بين النظرية والتطبيق.
- إعادة هيكلة خطط النشر لتوازن بين عرض السياسات والقيم وبين إبراز الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة، لضمان وضوح الرؤية الشاملة.
- إنتاج محتوى يركز على قصص نجاح الموظفين وتجاربهم الملهمة، مع إبراز الجوانب الإيجابية لبيئة العمل بما يعزز الحافز والانتماء.
- وضع خطة تكاملية تربط أنشطة الاتصال الداخلي بالتفاعل الرقمي، مع متابعة مؤشرات الأداء للتأكد من تحقيق أثر إيجابي متوازن.
- تصميم خطط نشر تعتمد على التنوع في الرسائل والمحتوى، بما يضمن شمولية الطرح وتحقيق الاحتياجات المعرفية والنفسية للعاملين.
- تنظيم فعاليات وأنشطة ميدانية تعكس نفس القيم والرسائل التي يتم نشرها عبر المنصات الرقمية، بما يعزز الاتساق والتأثير.
- إنشاء وحدات أو فرق عمل مختصة بإدارة الاتصال الرقمي، مزودة بأدوات قياس دورية لتقييم الأداء وتحسين الاستراتيجيات بشكل مستمر.



المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية

- ١- تواغزيت، شيماء وعبد البادي: منهجية البحث العلمي. الجزائر: جامعة الجزائر ٣، معهد التربية البدنية والرياضية؛ ٢٠٢٢.
- ٢- جمعة، إيهاب حمدي مجاهد. تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة المدنية: دراسة ميدانية على عينة من طلاب الجامعات المصرية. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون. ٢٠٢٣؛ (٢٦): ٦٣٣-٦٧٨.
- ٣- الحربي، عايض بن مرزوق. قيم المواطنة على منصات التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية للمحتوى المرئي على حسابات تويتر للمؤسسات الحكومية السعودية أثناء الاحتفال باليوم الوطني لعام ٢٠٢٢م. مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية. ٢٠٢٣؛ ١٤(٣): ٦٩-٨٤.
- ٤- الوكيل، إسلام محمد. أثر وسائل التواصل الاجتماعي على الفعالية التنظيمية للمؤسسات العامة: دراسة تطبيقية على وزارة الاتصالات المصرية. القاهرة: [غير منشور]؛ ٢٠٢٣.
- ٥- القليوبي، نهي سليمان وثروت محمد أبو السبح وندا محمد عاشور. دور الثقافة التنظيمية على أداء العاملين بمديرية الشباب والرياضة بمحافظة الغربية. طنطا: جامعة طنطا، كلية التربية الرياضية؛ ٢٠٢٣.
- ٦- العيسى، رأفت محمد. دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني من وجهة نظر المدربين الرياضيين [رسالة ماجستير]. عمان (الأردن): جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام؛ ٢٠٢٢.
- ٧- العاجز، إيهاب فاروق مصباح. دور الثقافة التنظيمية في تفعيل تطبيق الإدارة الإلكترونية: دراسة تطبيقية على وزارة التربية والتعليم العالي - محافظات غزة [رسالة ماجستير]. غزة: الجامعة الإسلامية؛ ٢٠١١.
- ٨- أحمد، إحسان حسني. دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الرياضية لدى طالبات المدارس الثانوية بمحافظة المنيا. مجلة علوم التربية البدنية والرياضية. ٢٠١٨؛ ٢٢(٢): ١-١٧.
- ٩- صابر، شيماء عبدالعاطي سعيد. الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة ودورها في تعزيز الثقافة التنظيمية للمؤسسات عبر مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تطبيقية



على شركتي مصر للطيران والإماراتية. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط. ٢٠١٧؛ (١٧): ٢٠٣-٢٤٤.

١٠- يوسف، دعاء محمد عبد السلام سطوح. دور الاتصال التنظيمي في دعم الثقافة التنظيمية بمؤسسات التعليم العالي الخاصة في مصر. مجلة البحوث المالية والتجارية. ٢٠٢٤؛ ٢٥(٤): ٥٧٢-٦١٢.

١١- الجبر، حامد سعيد وابتسام محمد رشيد عقيل ومنى عبد الحميد حسن. واقع دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت. مجلة كلية التربية - جامعة الأزهر. ٢٠١٧؛ (٧١٦)، الجزء الثاني: ١١-١٧.

١٢- حامد، محمد سعيد. دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بالخدمات الرقمية للمؤسسات الحكومية لدى الجمهور المصري: دراسة تطبيقية. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان. ٢٠٢٢؛ ٢٤(٢): ١-٥٢.

ثانيا المراجع الأجنبية

- 13- Al-Hamami, Naser Ahmed, and Salah Said Baqutayan. The impact of social media on workplace culture. International Journal of Computers & Technology. 2013 Nov 20;11(8):2867-2873. ISSN 2277-3061.
- 14- Al-Ali, Omar Ahmad. The role of social networking sites in shaping youth culture: an analytical study on a random sample of Damascus University students (January 2023 – March 2023). HNSJ. 2023;1:170.
- 15- Al-Omaydan, Waleed. The role of social media in improving school administration performance. International Journal of Educational and Psychological Research and Studies. 2023;(20):128-57.
- 16- Halal, Ameer, and Wael Dalaa. Social networking sites: a new space for spreading the culture of dialogue. Dafater Alsiyasa Walqanoun. 2022;14(3):365-387.